

Cavia, Manuel

La empresa y su actuación social hoy

VI Jornadas de Sociología de la UNLP

9 y 10 de diciembre de 2010

Cita sugerida:

Cavia, M. (2010). La empresa y su actuación social hoy. VI Jornadas de Sociología de la UNLP, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5346/ev.5346.pdf

Documento disponible para su consulta y descarga en **Memoria Académica**, repositorio institucional de la **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE)** de la **Universidad Nacional de La Plata**. Gestionado por **Bibhuma**, biblioteca de la FaHCE.

Para más información consulte los sitios:

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar> <http://www.bibhuma.fahce.unlp.edu.ar>



Esta obra está bajo licencia 2.5 de Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 2.5

La empresa y su actuación social hoy

Lic. Manuel Cavia¹

“Son unos ciegos que conducen a otros ciegos” (Evangelio)

Introducción:

Nuestro tiempo es por demás particular. En esta afirmación tan amplia yacen implícitas las múltiples y variadas formas en que se manifiestan esas particularidades. Las principales dificultades se revelan en los obstáculos para encontrar sentido y legibilidad a las formas de organización social existentes actualmente, cuestión que se agudiza aún más por el anacronismo de las formas de representación colectivas tradicionales. Ese espacio, al igual que otros, parece haber entrado en una disociación significativa.

Las invocaciones a tales males suelen concentrarse en un culpable: la globalización. Esta ha generado cambios significativos en la economía y en la propia estructura social. Su contendiente no fue otro más que las formas difusas en que se había transformado el tan mentado Estado de bienestar. Este modelo representó durante varias décadas un icono que se materializó en diferentes formas de regulación, principalmente en la economía; adquirió un cierto halo de prestigio y una vocación de permanencia. Eran pocos -por aquel entonces- los que deseaban que esto no fuera así.

Durante la vigencia del Estado de bienestar los horizontes fueron prístinos y claros: se contaba con responsables abocados a resolver las dificultades del mundo social, mientras que tales responsabilidades eran ejercidas en representación de un colectivo amplio. Esta empresa tuvo éxito a pesar de los significativos escollos. Asociada al Estado de bienestar, la teoría de la ciudadanía se fue ensanchando hasta casi descansar en la idea de que todos eran miembros plenos, otorgando a todos por igual la posibilidad de gozar del mismo status.

Lamentablemente, la narración de estas cosas podría parecerle a un lector desprevenido un relato de una historia muy lejana y antigua, cuyos ecos parecen poco entendibles en los tiempos modernos, dónde ese Estado de bienestar ya casi no cuenta con apoyos, menos aún, con invocaciones de legitimidad. Ya no es válido como faro, ya no funciona como guía capaz de brindar soluciones a las problemáticas del mundo globalizado.

¹ Lic. en Sociología, Carrera de Sociología, Facultad de Humanidades y Ciencias, Universidad Nacional del Litoral (UNL) –mcavia@arnet.com.ar-

Este modelo, hoy desacreditado, resultó problemático desde sus comienzos y recibió no pocas críticas, que a modo de síntesis, las podríamos encuadrar como de izquierda y derecha.

Para la izquierda, lejos de ser un medio político que se institucionalizaba para intentar lograr un presente más venturoso, constituía una forma deliberadamente creada por quienes detentaban el poder para fraguar la reconciliación de los mortales, en esa titánica contienda que era para muchos la lucha de clases del capitalismo. En ese modelo de análisis la distribución no podía separarse de la producción, problema que devino central y al que el Estado de bienestar no podía responder.

Desde la derecha, la democracia social en general y la teoría de la ciudadanía, iconos del Estado de bienestar, fueron satanizados desde sus comienzos, ya que estos elementos limitaban seriamente la creencia de la dignidad del individuo, además de cercenar la individual libertad, núcleos ambos del credo liberal. De ningún modo este modelo, vulgarizado en el cuadro de un Estado pobre, podía garantizar buenas nuevas desde la perspectiva liberal.

Ahora bien, más allá de los contrapuntos señalados por ambas visiones, el Estado de bienestar se asentaba en dos pilares: la estabilidad política internacional y el crecimiento económico sostenido y rentable. Hoy ambos elementos están erosionados y además su invocación es de dudosa credibilidad. Los tiempos que siguieron al Estado de bienestar mostraron su debilitamiento y la emergencia de un nuevo modelo que en sus inicios fue difícil de conceptualizar y encasillar: los acuerdos más extendidos nos hablan de la sociedad post industrial. Esta señala, por un lado, el debilitamiento sostenido del modelo anterior y, por otro, la pérdida del ancla que representaba la sociedad industrial como horizonte en la producción de bienes, en la que los ritmos de las personas estaban ligados al trabajo y era posible dar cuenta, en forma más o menos nítida, de la estructura social.

En la sociedad post industrial el rasgo más destacado por los científicos sociales es el acrecentamiento y fortalecimiento de los vínculos entre la producción material, la ciencia y la tecnología. Se produce un cambio significativo en la estructura social que trae aparejado consecuencias en las configuraciones políticas, económicas y culturales de la sociedad. Las tradiciones se ven erosionadas, emergen nuevos grupos sociales y se manifiestan cambios que generan marcadas desventajas para los sectores más vulnerables de la sociedad. Esto va a dar origen a diferentes conflictos, especialmente en el mundo del trabajo y en la distribución del poder.

Si bien todas las transformaciones mencionadas acontecieron en sectores claves de la vida en sociedad: estructura social, económica y política, es esta última -encargada de regular

las formas de distribución del poder y mediar en los conflictos de la vida social- quien comienza a mostrar las más claras muestras de incapacidad para cumplir sus propósitos. También los cambios significativos ocurridos en el plano de la economía, en el sistema de empleo, tienen un fuerte impacto en la vida social. Se manifiesta en la asignación de roles cada vez más limitados y específicos para los sujetos en el mundo del trabajo. La estructura científica y tecnológica adquiere una especialización creciente y el trabajo intelectual logra un espacio más significativo en la propia dinámica productiva. Esto redundará en el surgimiento - de forma más nítida que en los periodos anteriores- de un capitalismo de gerentes que constituye una forma de profesionalización que rompe definitivamente con el modelo familiar de empresa.

La emergencia de estos actores sociales, como el caso de los gerentes y managers, constituirá una elite intelectual-técnica que ocupará los puestos claves de las empresas. Los elementos mencionados modelarán un conflicto que será central en el periodo post industrial: el pasaje desde una economía fuertemente ligada a la producción de mercancías a otra cuya fuerza de trabajo se va a concentrar en los servicios, en especial en el comercio, las finanzas, el transporte y la investigación.

Si acotamos la mirada al interior de las empresas observamos el pasaje de un trabajador semi especializado a otro más ligado a empleos de corte profesional y técnico. Todas estas transformaciones conllevan a que la organización empresarial comience a estructurarse en torno al conocimiento, en tanto la empresa se aboca al desarrollo de la innovación. Ahora la empresa utilizará con mayor énfasis el management para dar respuesta a la complejidad organizativa que se avecina con el objetivo de armonizar investigación y desarrollo para llegar a una mayor rentabilidad.

Son momentos en los que comienzan a aflorar novedosos descubrimientos, tales como la cibernética y la informática, que transforman el mundo de las empresas, así como requieren nuevas capacidades intelectuales. En este contexto, el floreciente capitalismo encuentra numerosas oportunidades de inversión que se ven reflejadas en beneficios mucho más significativos que los logrados anteriormente.

El crecimiento de los Estados-nación desde la Segunda Guerra Mundial, y la consolidación de las grandes empresas en el escenario de la producción ofrecieron marcadas posibilidades de ascenso social y una salarización creciente de la economía. Sin embargo, fue un periodo marcado por fuertes conflictos sociales protagonizados por los sectores asalariados, que pusieron en duda las esperanzas de progreso que cimentan el capitalismo.

En cambio, el modelo post industrial desarrolla formas tecnocráticas de producción y decisiones políticas que permiten al capitalismo adquirir no sólo una dimensión económica, sino que también se convierte en un sistema social enlazado fuertemente con la empresa. Al tiempo que se encarna este nuevo orden industrial, las formas de responsabilidad más propias del Estado de bienestar comienzan a privatizarse en esferas más limitadas en cuanto a su concepción y alcance. En el marco de la solidaridad institucionalizada propia de la sociedad post industrial la socialización de la producción, de la distribución y del consumo van a desdibujarse. Comienza a dar sus primeros pasos el concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), con discrepancias que se mantienen hasta el día de hoy.

En este período, las empresas ponen en práctica nuevas formas organizativas que se van a traducir en una mayor planificación, en la búsqueda de ventajas competitivas, y en el desarrollo de los círculos de calidad; estos son hoy los ejes de la disciplina del management. Al calor del intenso desarrollo tecnológico que forjó las características más visibles de la sociedad del conocimiento, el management aborda centralmente la fundamentación y justificación de esos cambios, es decir, la elaboración de los nuevos perfiles, conocimientos y habilidades necesarios.

Cabe señalar también, desde un punto de vista más macro, el notable crecimiento del dominio de las llamadas grandes empresas y de su performance en el mercado mundial, al tiempo que la relación entre los intereses privados y públicos adquiere mayor incongruencia. Esto se manifiesta claramente en lo referente a la explotación de la naturaleza. Lo que motivó un debate de carácter moral en torno al comportamiento de los principales agentes, especialmente las grandes empresas: los costos privados y sociales toman caminos distintos y este distanciamiento provoca que la asignación de bienes cambie de sentido. Surge lo que se conoce como “externalizaciones” al interior de la empresa, antecedente sustancial del incipiente debate sobre la responsabilidad social de la empresa.

De este modo, a la sociedad post industrial le sigue un modelo societal cuya denominación más extendida está dada por el fenómeno más visible que lo provoca: la globalización. En este nuevo modelo, las formas de reproducción del capitalismo se modifican sustancialmente. El régimen de acumulación encuentra su vigor en los mercados financieros globales, algo muy distinto a la obtención de beneficios de los periodos anteriores en el marco de la llamada economía real. Otro de los rasgos más visibles de la globalización es la revolución tecnológica, cuyos ámbitos más importantes son la informática, la comunicación y la movilidad vertiginosa de los capitales.

Uno de los sucesos que caracteriza el mundo contemporáneo es la interconexión de todos los rincones de nuestro planeta. Este fenómeno, al que habitualmente denominamos globalización, ha generado múltiples consecuencias, algunas de ellas claramente positivas, otras con un tono más ambiguo y algunas de carácter claramente negativo. Entre estas últimas, podemos destacar el paulatino predominio de la economía sobre la política, la decisiva influencia de las consideraciones económicas en la deliberación política. La globalización trajo aparejado una pérdida notoria del poder por parte de los Estados-nación y marcadas asimetrías en los diferentes países y regiones del mundo. La lógica financiera que vértebra los procesos de globalización tiene dificultades para avanzar conjuntamente con la lógica democrática, generando conflictos cada vez más marcados. A su vez, el Estado-nación ya no puede dar marcha atrás para proteger la economía y satisfacer la demanda social.

El protagonismo del Estado-nación como organización política y social del siglo XX es un hecho evidente. Lo hemos llegado a considerar una suerte de consecuencia lógica y necesaria de la evolución de la humanidad y hemos pensado en su inmutabilidad. Sin embargo, su actual debilitamiento progresivo somete a los países a espacios económicos más amplios y, al mismo tiempo, delega en organizaciones cercanas a los individuos muchas de las potestades que antes se controlaban desde el poder central. El concepto tradicional de Estado-nación se encuentra en proceso de desaparición y emerge el nuevo concepto de supraterritorialidad: la existencia de fuerzas que operan por “encima” del Estado, violando su viejo concepto de soberanía. Un terreno en el cual las empresas y otras organizaciones logran operar con cierta libertad con respecto a las regulaciones políticas internas de cada país.

En este contexto, comienza a cobrar fuerza en el campo del management, una “nueva cultura empresarial”, caracterizada por la eclosión de un conjunto de técnicas de dirección empresarial: las empresas deben ser proactivas para poder anticiparse a los cambios y, deben además, guiarse por el nuevo paradigma orientado al proceso y al cliente. Entre las profundas transformaciones que acontecen en las empresas, cabe desatacar la implementación de una concepción que señala que los miembros de las organizaciones se deberán involucrar en los procedimientos de toma de decisiones. Esto supone la sustitución del modelo de la empresa taylorista, de la estructura jerárquica y la orientación al producto, por un nuevo modelo de horizontalidad y orientado al mercado.

En la “nueva cultura empresarial” la empresa no sólo será cardinal para el progreso tecnológico, también se planteará nuevos retos vinculados al progreso cultural que posibiliten nuevas formas del acuerdo social en pos de reducir las desigualdades. Las relaciones y preocupaciones de la empresa por la sociedad se verán acentuadas. Surgirán así formas de

relación que si bien se corporizan en conceptos ya presentes anteriormente, en estos tiempos van a adquirir la denominación de Programas Sociales Responsables (PSR).

La introducción de esta nueva forma de intervención empresaria en lo social no ha dejado de generar voces disonantes y críticas diversas que generalmente provienen del liberalismo clásico. Es casi ocioso señalar que esta perspectiva ideológica cuenta desde el origen del sistema capitalista con una marcada influencia en la propia historia de la empresa. El liberalismo siempre miró con desconfianza a la ética, porque la consideraba una conspiración contra la eficacia, eje central de la empresa. El corazón de su corpus radica en la creencia en la dignidad del individuo, en su libertad para ejercer sus capacidades y aprovechar sus oportunidades. En síntesis, y al decir de Hayek, la responsabilidad para ser eficaz ha de ser individual.

A partir una concepción diferente, las posturas que comenzaron a promoverse desde el management, ejercidas a través de las diferentes argumentaciones sobre el debate de la Responsabilidad Social de las Empresas, conjuntamente con los foros de los organismos internacionales, señalan que las empresas no pueden sustraerse de participar en la construcción de una sociedad mejor. La profundización de la crisis de legitimidad en las relaciones empresa-sociedad como consecuencia de la presión competitiva, la creciente desigualdad de la distribución de la renta, los problemas de los Estados-nación, hechos que se vieron amplificados a partir de los efectos de la globalización, han llevado a pensar en la inseparabilidad de lo económico y lo moral. La preeminencia y legitimidad que han adquirido los lineamientos de la nueva cultura empresaria encaminó el accionar empresario hacia el desarrollo de nuevos componentes entre empresa y sociedad. Las empresas, a través de la RSE, comenzaron a trabajar para superar los desajustes y las inequidades sociales que genera la tan mentada “mano invisible”, la que otrora era el horizonte de soluciones a los desajustes del mundo económico. La RSE se presenta como una nueva forma de gestionar la empresa acorde a los nuevos roles y exigencias sociales. En un contexto competitivo globalizante la sostenibilidad se transforma en un intangible sustancial para la vida y desarrollo del capitalismo. Las formas que adquiere la RSE y la nueva cultura empresaria constituyen el núcleo de una racionalidad que se impone en un escenario que requiere una dimensión discursiva más humana.

Ahora bien, esta nueva racionalidad que parece surgir pone en juego una forma de contrato social en el cual ya no están todos los actores que protagonizaban el Estado de bienestar. En su lugar parece emerger una forma de responsabilidad con mayor grado de sectorización, y formas de solidaridades cada vez más privatizadas, donde los valores

socialmente deseables adquieren un poder de legitimación que se puede traducir en una nueva forma de capital. En este contexto las ficciones se vuelven imprescindibles, ya que son éstas las que permiten establecer creencias y convicciones morales que posibilitan el proyecto socializador y la reducción de las tensiones que atraviesan la acción.

De allí que los interrogantes que guían éste trabajo están ligados a la necesidad de analizar los cambios y transformaciones del accionar de las empresas, concretamente a partir de estas nuevas relaciones y temáticas que no estaban presentes en las últimas décadas, como es el caso de los Programas Sociales Responsables (PSR). Más concretamente intentaremos dar cuenta del tipo de debate presente en la implementación de los PSR por parte de las empresas, el tipo de compromiso que pretenden establecer, el modo en que los PSR se integran a la obtención de la plusvalía, las formas de legitimación que se buscan las empresas a través de los PSR, el prestigio social que se presenta en los discursos empresarios gracias a los PSR, y por último, las características de ese nuevo contrato social que desarrollan las empresas con estas novedosas formas de intervención en lo social.

La Responsabilidad Social Empresaria desde el management.

La responsabilidad no parece ser un concepto de mucha utilidad en los tiempos que corren, más aún cuando las formas institucionales en las que estaba presente ya no hacen invocaciones muy sustantivas de él. Tal vez esto suceda gracias a que esas formas organizativas de la sociedad (como el Estado, los partidos políticos, agentes tradicionales del horizonte del espacio social) hoy se encuentran en tensión y debate originados por los cambios que impone la segunda modernidad. En su lugar hay formas más difusas que intentan captar, muy especialmente desde las ciencias sociales, eso nuevo que aparece. De allí la globalización: el desanclaje del capital financiero de la producción, la sociedad de la información y la comunicación, y los procesos de individualización. Fenómenos todos que constituyen algunas de las problemáticas más significativas de la actualidad y se presentan como las preocupaciones centrales en las teorizaciones contemporáneas. Tal vez se trate de las formas en que se expresa el más alto grado de complejidad de las sociedades características de la segunda modernidad. La responsabilidad de las instituciones de la sociedad en las dificultades de nuestro presente constituye una suerte de evocación y de imaginario que se encuentra vigente en su propio ideario. Lo evocado junto con la responsabilidad es esa suerte de horizonte lejano, pero aún capaz de ofrecernos espacios para ese sueño de una sociedad más “vivable” para los sujetos que la integran.

Desde la Responsabilidad Social Empresarial, y la institución que la materializa (la empresa) emerge con sorpresa el hecho de que un agente que otrora parecía lejano de preocupación alguna por los destinos generales de la sociedad hoy no sólo enarbola las banderas de la responsabilidad, sino que además lucha por el monopolio de esa expresión en el campo social; de modo tal que el resto del arco institucional de la sociedad la utiliza sin mayores cuestionamientos. Pero no todo concluye allí, a la expresión responsabilidad le ha adicionado el carácter social. Esas instituciones que van a proclamar su interés por las causas sociales, no son otras que las empresas, en gran medida y en un número importante de cámaras y foros empresarios mundiales.

Si bien algunos especialistas del tema ubican el surgimiento de la preocupación por la responsabilidad de la empresa en los años '70 y '80, para nosotros es suficiente con tener en cuenta el escaso pasado y la poca trayectoria de la responsabilidad social como objeto de interés del mundo empresario. Hasta este momento la disciplina específica del mundo empresarial, el management, ha desarrollado este tema fundamentalmente de modo discursivo a través de los foros de los organismos internacionales, y como parte de su propia producción teórica. Lo concreto en todo caso es que la intervención empresaria en los problemas sociales de nuestro tiempo, tales como los daños al medio ambiente, los problemas inherentes al hambre o al acceso a medios genuinos para la existencia social, entre otras problemáticas, ubica a las empresas como actores sociales ya no sólo desde la función tradicional (que además era la socialmente aceptada) como lo es producir bienes y empleo para la sociedad. La interrogación se vuelve ahora sobre este novedoso accionar de las empresas, y va más allá de las funciones antes señaladas, de lo que resulta necesario analizar también cuáles son las condiciones que emergen en la segunda modernidad para que la empresa adquiera los rasgos necesarios para que le sea legítimo intervenir socialmente. Sin embargo su accionar no puede quedar reducido a la simple “intervención sobre problemas sociales”, sino que estamos ante lo que podemos pensar como la construcción de una dimensión propia del desarrollo de la política actual. De lo que resulta dable ubicar el punto de inicio de esta indagación en la construcción conceptual de la RSE.

En realidad la multiplicidad de definiciones que hay sobre la RSE nos señala una dificultad que se pone de manifiesto entre la multiplicidad de actores que hacen uso de ella. Lo escénico, lo discursivo y lo ligado a la imagen lideran el tratamiento sobre la tarea de la RSE. Lo otro sorprendente está dado por todo lo que se señala en esas referencias conceptuales, en ninguna de ellas está ausente la importancia que adquiere la RSE en el actual contexto para “la gestión y la estrategia empresaria” como síntesis general –P.

Hupperts:2008:2-. Para otros ese concepto va a ser deficitario de contenido “por falta de una teoría previa” –J. Garmendia: 2010:3-. Para este mismo autor, la RSE apela a un compromiso institucional para intervenir en lo social, en un sentido amplio en los grupos de interés que lo rodean con claras expresiones de compromiso de la institución empresa, es pos de contribuir a superar las dificultades propias de la sociedad de nuestro tiempo.

Dentro de ese universo de definiciones existentes sobre la RSE, en términos generales se destaca que es “una respuesta , entre otras posibles, al reconocimiento previo del poder que tienen en nuestra sociedad las empresas y organizaciones – J. Cantarelli:2004:24-, o bien “que con la RSE se recupera con una enorme frescura la idea de la empresa como una institución que, además de tener responsabilidad y obligaciones legítimas ante sus accionistas, sería también responsable de los impactos sociales y ambientales por sus actividades” – T. Perdigüero: 2003-17-, también es importante destacar, siguiendo con este autor, que la reflexión sobre la RSE se ha convertido en un discurso crítico “sobre las distancias existentes entre las políticas y las prácticas empresariales y el tipo de racionalidad económica que se requiere en las sociedades de nuestro tiempo” -2003-18-. En otra línea argumentativa podemos señalar que “la responsabilidad y la transparencia pueden dar a una organización una ventaja competitiva en la ejecución de su estrategia corporativa” –M. Epstein y B. Birchard: 2001-18-, para por último destacar que la RSE adquiere sentido en las nuevas relaciones entre empresa y sociedad, en las que la empresa como institución social “tiene repercusiones de sus actuaciones trascendiendo los aspectos económicos, abarcando otras esferas de la vida de los individuos –Araque Padilla y Montero Simó: 2006:17-.

Una vez señalado lo anterior podemos recurrir a una definición más taxativa de lo que se señala como RSE a partir del “compromiso que debe adoptar una empresa ante sus propios grupos de interés y la sociedad en su conjunto, lo que obliga a cumplir determinados compromisos” – F. Marin Calahorra: 2008:9- . El espacio que emerge a partir de estas prácticas responsables que ofrecen las empresas hoy, cuenta además con el respaldo de organizaciones internacionales, gobiernos y diversas instituciones y organizaciones a nivel mundial, quienes también impulsan la RSE.

A su vez, es posible destacar el carácter no unívoco de lo que se refiere como RSE, además de su carácter dinámico. La RSE va a contar con diferentes aspectos que se adicionan o se integran a su concepto. En ese sentido, vale aclarar que el “concepto evoluciona según las expectativas sociales de cada momento –Marin Calahorra:2008:13-. Entonces, los límites de la RSE no son claros, más bien son presentados como un modelo de pensamiento y forma de actuar de las empresas, pero que además, está en proceso de construcción y debate. Lo que si

puede afirmarse es que la RSE es algo muy distinto a la caridad más o menos individual con que cuenta cada empresa para pasar a una forma de construcción proactiva y, por lo tanto, una acción corporativa de la empresa como tal.

Esa novedosa forma de intervención social empresaria se entrelaza y complementa con las formas de intervención social que se instrumentan desde el Estado. No se presenta como un sustituto del Estado, sino que se “espera de ellas la satisfacción de ciertas necesidades para un desarrollo más completo de su entorno social” –Marín Calahorra: 2008:14-. A partir de estas concepciones aparece uno de los pilares de la RSE: la invitación a asumir desde el management una ciudadanía social, a través la relación con el “entorno” de la empresa, compartiendo valores comunes, a los efectos de cumplir las expectativas de los “grupos de interés”, sumado a la participación de otros grupos sociales. Todos estos elementos van a formar parte de lo que los teóricos de la gestión empresarial denominarán Nueva Cultura Empresaria. Ella va a producir una transformación profunda al modelo de formas y técnicas de dirección existentes, además de constituir una respuesta audaz a los nuevos desafíos del mundo moderno.

El motor sustancial del corpus teórico del management apunta decididamente a combinar los cambios veloces que se producen en la producción y la tecnología, con los objetivos de contribuir al mejoramiento de las condiciones de la sociedad, a la vez que persigue amalgamar al interior de la empresa el estímulo a la creatividad, la gestión participativa y el trabajo en equipo, la mejora continua, la formación permanente y “la buena relación entre la dirección y los representantes de los trabajadores y la incardinación armonioso de la empresa con la sociedad civil que la acoge” –Amoros Pla: 1999:14-. Este mismo autor amplía lo señalado al destacar la superación del management científico por el management del comportamiento y la autoafirmación que concibe a la empresa como un ente policéntrico, a los efectos de que todos participen en el marco de la organización empresa para aportar ideas en pos de generar valor añadido a lo producido para ser más competitivo.

En ese contexto de mayor competencia en el que se desenvuelven las empresas, la obtención de ventajas competitivas ya no sólo a través de la producción de ciertos bienes o servicios, sino que ahora la intervención en las “causas sociales”, pasa a formar parte de las estrategias de la empresa y, con ello, de las formas de acumulación que le son propias. Uno de los máximos exponentes del management como es Peter Drucker, va a señalar que en pos de generar esas ventajas competitivas las empresas necesitan no sólo una estrategia de organización y un enfoque de marketing que les garantice éxito en los planos más tradicionales y específicos de las empresas. Ahora ser responsable no sólo comienza por ser

eficientes a la hora de ofrecer a los consumidores las respuestas adecuadas a sus necesidades, sino que la responsabilidad empieza a tener que ver con sentirse y vivir como un vecino atento a los problemas del lugar donde se inserta; ser responsable es sentirse integrando el liderazgo social y en consecuencia desarrollar un papel dirigente de la sociedad, ser responsable es hacerse cargo de los daños que produce la empresa –sin quererlo-, ser responsable es contribuir a paliar carencias aportando capacidad y conocimiento a la solución de los problemas colectivos que en muchos casos las personas no están en condiciones de resolverlos por si mismas –P. Druker y G. Armstrong: 1996-.

Siguiendo en la línea que nos propone el management, las empresas deben potenciar y desarrollar “la viabilidad de las empresas en la nueva era, que requiere el ejercicio de la prudencia, una prudencia que exige construir y generar confianza; la posibilidad de edificar una ciudadanía cosmopolita con ayuda de las tecnologías de la información” –A. Cortina: 2003: 11-. A esos aspectos, la misma autora añade la responsabilidad corporativa en el marco de la globalización, a través de la ética de la empresa como factor de innovación humanizadora. Es importante señalar que desde la literatura de gestión empresarial, la llamada “búsqueda de la excelencia”, no sólo posibilita entender las nuevas reglas del mercado, sino además, esas buenas costumbres de la empresa, constituyen un bien por si mismo, más allá de la intención de construir con ellas un bien público. Precisamente ese bien público, permite construir un capital social desde el cual es posible configurar redes de confianza.

La aparición de este modelo de gestión empresarial responsable no deja de ser inesperado y sorprendente, en especial luego del dominio ideológico que surgió de las teorías liberales del mundo económico en el pasado reciente. La caída del comunismo como modelo económico contrapuesto al capitalismo es otro hecho señalado desde el management. El nuevo escenario ya no cuenta con un modelo alternativo, lo que hace más visible las limitaciones de la política y el Estado sobre el mercado. En ese contexto aparece la RSE ofreciendo oxígeno al mundo de la economía, para alcanzar mayor equilibrio, más cuando la intervención de la constelación empresaria en la mitigación de las inequidades sociales, ya no _son posibles de solucionarse desde la “mano invisible” de Adam Smith. De este modo, se ha construido una corriente empresarial original que instaura otro discurso entre las empresas y sus directivos, nuevas exigencias sociales individuales y colectivas en el capitalismo sin descuidar en esas prácticas novedosas lo que constituye la génesis del sistema de mercado, a saber, la búsqueda del beneficio por parte de las empresas. Tan sólo en apariencia estos hechos harán de la empresa ya no el espacio por excelencia de la lucha de clases, sino un espacio simbólico de construcción de una comunidad de intereses llamada a transformar la percepción de los

ciudadanos sobre el mundo económico en general. Sin embargo la implementación de estas tecnologías sobre lo social posibilitará alcanzar una legitimación desconocida y novedosa.

La RSE va a tener una progresiva influencia a través de las empresas y foros empresarios. La clave ya no estará en simples oficios de buena voluntad, sino en la construcción de una fuerza reformista de la utopía. La clave radicará por primera vez en el mercado: la sostenibilidad y el involucramiento en diferentes problemas sociales pasará a ser parte sustantiva de la competitividad empresarial.

Esas invocaciones movilizadoras que realiza la empresa a partir de la construcción de un modelo comprometido y atento de las dificultades sociales tienen claramente un costado político. Precisamente, desde el management se busca presentar este accionar como parte de una nueva forma de ciudadanía empresarial que se pone en práctica con sus formas de intervenciones sociales y nuevas relaciones con los poderes públicos. De tal modo que se configura una forma original de gestionar las empresas, acorde a las exigencias sociales en una “aproximación a un modelo integral de RSE, que lejos de ser exclusivo y universal, ayude a desarrollar las demandas que la sociedad, con mayúsculas, espera conseguir de sus empresas” –J. Almagro: 2010-19-. Vale destacar que en la difusión del modelo RSE el compromiso público esta en primer lugar, para ello se da cuenta de los resultados ante la sociedad través de balances sociales de su intervención e inversión económica difundidos por múltiples formas de comunicación.

Las formas de actuación de las empresas responsables cuentan con el acompañamiento de organismos internacionales, tal es el caso de las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, la Organización Internacional del Trabajo, la Unión Europea entre otros, además de diferentes organizaciones, asociaciones y fundaciones que trabajan en la instauración de estas, denominadas, “buenas prácticas”.

Algunas consideraciones sobre la empresa

Es importante establecer algunas consideraciones sobre las empresas, fundamentalmente desde la perspectiva que las ubica como parte sustantiva de la vida en sociedad, pero además desde su propia trayectoria. Para ello resulta sustantivo poder pensar esos aspectos señalados desde el propio ideario liberal, entendiendo que desde allí es posible encuadrar, de alguna manera, la construcción de la actuación social de la empresa hoy.

Las empresas en la teoría liberal nacen como una ideología que se materializa en un sistema de representaciones coherentes en forma global dentro de la sociedad. De este modo, la empresa no emerge de una abstracción, surge como una respuesta-solución a un conjunto

“de valores determinados de un modelo de sociedad” –A. Marzal:25: 1983- anclada en una serie de valores históricos concretos que hacen posible que ellos se materialicen. La empresa es un componente sustancial de esa serie de representaciones y valores que hicieron posible la actuación de la famosa “mano invisible” de Adam Smith. De allí que, acompañado de los autores clásicos, sobre todo de los ingleses, aparece el mercado con esa presencia omnipotente y omnipresente, quedando legitimado por sí mismo para establecer las leyes que lo regulan: lo que esté fuera de él pasará a resultar extraño al campo de la economía política, más cuando el mercado y sólo a través de él será posible regular y coordinar las actividades. Para los economistas neoclásicos estos elementos no se van a eliminar, más bien serán sustanciales, muy especialmente para la empresa. El mercado seguirá siendo central para la actuación de la “mano invisible”.

No obstante, las empresas, con esa instrumentación de actuación pública en lo social en el marco de la sociedad de la segunda modernidad, parecen alejarse de aquella imagen de trinchera de la lucha de clases, para transformarse en un espacio de comunidad de intereses, que puede transformar la percepción de los ciudadanos sobre la empresa. En esa ciudadanía corporativa que postula la empresa, en la que se la desataca como una institución decisiva para la configuración de la sociedad, se nos plantea también que serán las mismas empresas los agentes sustanciales de esa nueva forma de responsabilidad, que además, tiene la pretensión de establecer un nuevo modelo de contrato social. La empresa como organización que deliberadamente organiza un conjunto de recursos para la consecución de objetivos económicos va a profundizar y sofisticar, a través de los PSR, su propio sistema social que fue creado originalmente para “la búsqueda de beneficios económicos” -A. Infesta Gil:1993:10-. Ahora sin perder contacto con la racionalidad económica, pero profundizando la eficacia productiva, se le adiciona la construcción de una nueva racionalidad, a través de las estrechas relaciones que pretende establecer con “un afuera” mucho más extenso y complejo que el de la concepción de consumidores. De este modo, los aspectos técnicos, productivos, organizativos e institucionales se conservarán aunque ya no simplemente unificados por la racionalidad económica, sino que se convertirán en un punto de referencia de los otros factores empresariales.

Vale destacar también que la empresa siempre ha maximizado “el concepto de eficacia racional en la organización de la totalidad de la producción económica en un sistema de mercado” –A. Touraine:1973:54-. Desde esta concepción del capitalismo no está excluida la obtención de la ganancia, pero para contribuir a ella ahora se le suman otros aspectos ligados a lo organización. En última instancia, la sobrevivencia de la empresa siempre estuvo ligada a

lograr una alta eficiencia como organización. En la empresa se da un juego constante y permanente entre racionalización y política. Además, la empresa sólo puede alcanzar sus fines a través de la defensa de los intereses particulares que representa, y ello se traduce tanto en el orden de los medios como en el de los fines. Lo importante es destacar que cada empresa se presenta en el sistema capitalista como un actor individual. No obstante, las empresas no representan solamente sus intereses particulares, de ser esto así no habría posibilidad de establecer funciones institucionales más allá de la empresa, con lo que se dificultaría en mayor medida la posibilidad de estructurar acciones más amplias. En idéntico sentido, si sólo persiguiera fines públicos la condición de empresa se vería desdibujada, “no sería ya una verdadera empresa, sino solamente un servicio de producción de la sociedad –A. Touraine: 1973:149- .

La empresa moderna tiende a definirse cada vez más como un sistema político de gestión de la racionalidad técnica y económica. La integración, en ese sentido, de las relaciones industriales en la propia política empresarial hace que ambas esferas formen parte sustancial del funcionamiento institucional, en donde desde la aparición de los efectos más tangibles de la globalización hay más relaciones con otras esferas de la vida social que requieren de esa “institucionalización”, para ello se lleva a cabo la ampliación de funciones como es el caso de los PSR, todos ellos dominados por el beneficio del capital.

Consideraciones finales

En el caso de la responsabilidad social de las empresas el planteamiento efectuado desde el management empresarial es presentado como una parte sustancial del contrato social moderno. Las diferencias entre la responsabilidad y la ética empresarial, más allá de los puntos en contacto que puedan tener, radican en el contrato social entre las organizaciones empresariales y la sociedad en que operan. La ética empresarial, en cambio, exige que la organización, y los individuos, se comporten de acuerdo con las normas establecidas por la filosofía moral.

En la teoría del enfoque institucional, muy especialmente a través del nuevo institucionalismo, las reglas institucionales afectan las estructuras organizacionales y el desempeño de estas – Meyer y Rowan:1992-. Las reglas institucionales se irán moldeando a lo largo del tiempo y la estructura de las organizaciones lo hará mediante la adopción de mitos racionalizados. En este sentido, la RSE podría constituir parte de ese mito como forma de influir en el desempeño de las organizaciones, brindando una suerte de plus racional y de eficiencia, que va más allá de la eficiencia real. La asunción de estos principios provee a las

organizaciones empresarias de objetivos de legitimación social. De esta manera, los mitos racionalizados, ahora institucionalizados, legitiman las organizaciones empresarias que hacen que en el entorno institucional, las normas y los valores de los agentes interesados o grupos de presión encuentren sentido en el nuevo contexto social. Las organizaciones empresarias adaptan sus estructuras y procesos para obtener mejoras, esto alcanza incluso status de regla en las mismas organizaciones. En esta línea, conseguir el objetivo de legitimidad se verá reflejado en las acciones prácticas o procesos que se puedan poner en marcha en las organizaciones a efectos de ser considerados o deseables dentro del sistema de normas, creencias y valores de entornos más amplios. Son precisamente estos elementos, muchos de los cuales se incorporan legitimados desde el exterior, los que se tornan importantes, además de la eficiencia empresarial.

Estos elementos proporcionan a las organizaciones una mayor estabilidad y uniformidad. Luego esto es utilizado para establecer nuevas perspectivas teóricas, que posibilitan a las empresas una mayor legitimidad, lo que contribuye a acceder a recursos de gran valor para la supervivencia y el éxito. En ese contexto, adoptar prácticas de intervención social por parte de las empresas hacia la comunidad favorece el desarrollo de valores y estándares similares en las organizaciones.

En base a estas apreciaciones teóricas que provienen de la escuela institucional vale agregar lo señalado por F. Dubet (2002), en cuanto a que los programas institucionales engendran un tipo particular de creencia que se materializa en lo que va a llamar ficciones necesarias. Estas no serán ni ideologías ni convicciones morales, aunque, en todo caso, estos cuadros cognitivos y morales posibilitarán cumplir con el proyecto de socialización que permite reducir las tensiones que atraviesan la acción. Es posible pensar que los PSR y la forma de relación social y de trabajo para con los otros permite unir la vida social y la acción productiva. Estos elementos son los que proveen al programa de fuerza y coherencia, además de capacidades casi mágicas a la hora de reducir de manera considerable las tensiones y paradojas.

El otro concepto central para entender PSR es el de legitimación. Desde la tradición weberiana, la legitimidad “legítima” las relaciones y, por ende, permite establecer conexiones que posibilitan ventajas que se extienden más allá del área circundante. Esas legitimidades y conexiones pueden proveer de mejorías económicas a las empresas y reforzar así el interés por pertenecer a ese círculo con el consiguiente valor conquistado al adquirir mayor prestigio social. De ese modo, las formas de legitimación buscadas por las empresas en los PSR, habilita avanzar en un sistema de mayor confianza para ellas, ubicándose como núcleo

central de la legitimación. Precisamente debe presentar la característica de ser durable, pero además debe contar con argumentaciones racionales y morales que le dará el sentido de argumentación global y consolidación temporal. Estas legitimidades pueden constituirse en un apoyo real y eficaz a las instituciones, en este caso las empresas. La legitimidad además implica establecer consenso sobre los valores, esta dimensión consensual armoniza las relaciones morales, económicas y de negociación con la sociedad civil. El mundo empresario se encuentra operando en el marco de la segunda modernidad, que requiere fuertemente de la aprobación y la dimensión consensual.

La legitimidad de las empresas depende de su identificación a un sistema de normas y, a una aptitud de búsqueda de valores socialmente deseables. Para ser aprobadas ambas deberán constituirse en un programa social en términos amplios. La legitimación de las empresas vía los PSR comienza por el discurso acompañado de una dinámica que posibilite establecer creencias y argumentaciones sobre su actuación en pos de contribuciones por el bien común de la sociedad.

Lo opuesto a la legitimación es la deslegitimación, que se da básicamente cuando no se puede sostener las expectativas sobre diferentes demandas. Cuando esto sucede se da la crisis de legitimación. No obstante, para poder convertirse en un capital de legitimación es necesario que a esa eficacia en la toma de decisiones se le agregue la capacidad de implementar las disposiciones necesarias, y que éstas superen las condiciones adversas. Ese capital de legitimación para que se constituya como tal, debe institucionalizarse dentro del sistema vía un proceso de comunicación que será el soporte para la construcción de la eficacia y la efectividad. El capital de legitimación se retroalimenta en la medida que pueda producir creencias en el sistema y de establecer confianza en los actores, además de desarrollar capacidades que apunten a establecer consensos. Para U. Beck (2004), ese capital de legitimación no va a apuntar solamente a un hecho jurídico, sino al reconocimiento y a la aprobación de los ciudadanos, en este caso, mediada por la empresa, quien posibilita que la relación de mediación entre legitimación y poder, se resuelva dentro de un sistema de cánones y jerarquías impuestas al individuo como a la sociedad.

La dificultad en las legitimaciones necesarias en las empresas constituye un tema central y permanente, más en el marco de las transformaciones introducidas por la globalización. La preocupación por las consecuencias públicas de las acciones de las empresas y la puesta en marcha de los PSR, bien pueden ser pensadas desde ese conjunto de reglas abstractas que señalaba Weber, pero que tienen aplicación en acciones concretas. Esta

forma de legitimación a través de los PSR, se la puede pensar como una nueva forma de repolitización, pero no ya bajo la forma política de una relación de clase.

Esta complejidad creciente en el sistema mundial va a desplazar los límites tradicionales de las empresas, de allí que la construcción de una identidad sociocultural nueva devuelve identidad y cohesión social al interior del sistema social y también hacia el exterior. Esta nueva legitimación que se obtendría a través de la actuación social de las empresas procura compensar las transformaciones y los peligros que genera los cambios del sistema socio-político con la globalización. Tradicionalmente, los sectores que ofrecen mayores oportunidades para sostener una ventaja competitiva son aquellos que sus recursos y capacidades son duraderas y específicas. En ese sentido, los sectores que evolucionan en ese camino, ofrecen mayores posibilidades de mantener las ventajas competitivas.

Las causas de una difícil sostenibilidad en el tiempo son intrínsecas al sector de actuación empresario, más cuando los productos son fácilmente copiables por la competencia. En ese contexto, las empresas que desarrollen programas sociales responsables, podrían gozar de mayor solidez frente a sus competidores. En un mundo cada vez más sensible y con mayores capacidades de ejercer la crítica, el papel de las organizaciones en nuestra sociedad requiere de valores y coherencias entre ellos. Desde esta perspectiva, es posible entender como la RSE se constituye en un elemento transversal y estratégico del accionar de la empresa. La RSE no es solamente un comportamiento filantrópico o accesorio más, sino que pasa a formar parte sustancial de las contribuciones al “*core business*” de la empresa.

En todo caso, los tipos de justificación asociados a la forma adoptada por ese espíritu del capitalismo en el periodo precedente están en crisis. Prueba de ello es la pérdida de credibilidad, la ineficacia de la “mano invisible” para establecer los ajustes necesarios al interior del sistema “en esas condiciones, la construcción de un nuevo espíritu del capitalismo adquiere un carácter de necesidad, no sólo desde una perspectiva humanitaria, sino también desde una perspectiva en cierto modo interno al proceso de acumulación, cuya continuidad se trataría de asegurar “-L. Bolstanski y E. Chiapello: 633-2002-. Queda claro que, para comprender lo que impulsa la economía actual, no resulta posible omitir sus fundamentos sociales, más cuando la sociedad globalizada nos prometa numerosos prodigios, pero la igualdad y las responsabilidades para el colectivo social no parecen ser parte de ellos. Además, el tiempo por venir deja poco espacio para cualquier nostalgia.

Bibliografía

Almagro, J. (2010), Responsabilidad social. Una reflexión global sobre la RSE., Prentice All, Madrid.

Araque Padilla, R. Montero Simo, M. J. (2006), La responsabilidad social de la empresa a debate, Icaria, Barcelona

Beck, U. (2004), La mirada cosmopolita o la guerra es la paz, Edit. Paidos, Bs. As

Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002), El nuevo espíritu del capitalismo, Edit. Akal, México.

Cantarelli, J. (2004), Responsabilidad social empresarial: Miradas Argentinas, Universidad de Córdoba, Córdoba.

Cortina, A. (2003), Construir confianza, Edit. Trotta, Madrid.

Druker, P y Armstrong, G (1996), Mercadotecnia, Prentice hall. México

Dubet, F. (2006), El declive de la institución. Profesiones, sujetos e individuos en la modernidad, Gedisa, Barcelona.

Epstein, M y Birchard, B. (2001), La empresa honesta, Paidos, Bs- As.

Infesta Gil, A. (1993), Sociología de la empresa, Amara, Madrid

Marin Calahorra, F. (2008), Responsabilidad social corporativa y comunicación, Edit. Fragua, Madrid.

Marzal. A. (1983), Empresa y democracia económica, Argot, Barcelona

Perdiguerro, T. (2003), La responsabilidad social de las empresas en un mundo global, Anagrama, Barcelona.

Smith, A. (2010), La riqueza de las naciones, Aguilar, Madrid.

Taylor, F. (1944), Principios de administración científica, Editorial Argentina de finanzas y administración, Bs. As.

Touraine, A. (1973), La sociedad post industrial, Ariel, Barcelona.

Weber, M. (1992), Economía y Sociedad, Fondo de Cultura Económica, México